

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

Γενική Διεύθυνση Ανάπτυξης

Διεύθυνση Τουρισμού

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ 2023

“PELOPONNESE: GREECE BEYOND THE OBVIOUS”

Τρίπολη, Δεκέμβριος 2022

Έχοντας υπόψη:

1. Τις διατάξεις του Ν.3852/2010 «Νέα αρχιτεκτονική της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης- Πρόγραμμα Καλλικράτης» (ΦΕΚ 87/Α/7-6-2010), όπως τροποποιήθηκαν και ισχύουν.
2. Το Π.Δ. 131/2010 (ΦΕΚ 224/Α/2010) «Οργανισμός της Περιφέρειας Πελοποννήσου», όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει με την αριθμ.249700/2016 (ΦΕΚ 4345/Β/2016) Απόφαση του Γενικού Γραμματέα Αποκεντρωμένης Διοίκησης Πελοποννήσου Δυτικής Ελλάδας και Ιονίου, με την οποία εγκρίθηκε η αριθμ. 502/2016 Απόφαση του Περιφερειακού Συμβουλίου σχετικά με την τροποποίηση του Οργανισμού Εσωτερικής Υπηρεσίας Περιφέρειας Πελοποννήσου, την έγκριση της αριθμ. 248/2020 Απόφασης του Περιφερειακού Συμβουλίου Περιφέρειας Πελοποννήσου, όπως τροποποιήθηκε μερικώς με την αριθμ.28/2021 όμοια Απόφασή του, που αφορά την τροποποίηση του Οργανισμού Εσωτερικής Υπηρεσίας της Περιφέρειας (ΦΕΚ 1619/Β/21.04.2021) καθώς και την έγκριση της αριθμ. 90/2021 απόφασης του Περιφερειακού Συμβουλίου Περιφέρειας Πελοποννήσου, που αφορά στην τροποποίηση του Οργανισμού Εσωτερικής Υπηρεσίας της Περιφέρειας Πελοποννήσου (ΦΕΚ 3833/Β/17.08.2021).
3. Τις διατάξεις του Ν. 4735/2020 (ΦΕΚ 197/Α/12.10.2020) «*Τροποποίηση του Κώδικα Ελληνικής Ιθαγένειας, νέο πλαίσιο επιλογής διοικήσεων στον δημόσιο τομέα, ρύθμιση οργανωτικών θεμάτων της Γενικής Γραμματείας Ιθαγένειας και της Γενικής Γραμματείας Ανθρώπινου Δυναμικού Δημόσιου Τομέα του Υπουργείου Εσωτερικών, ρυθμίσεις για την αναπτυξιακή προοπτική και την εύρυθμη λειτουργία των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης και άλλες διατάξεις*».

4. Τις διατάξεις του άρθρου 46 του Ν.4276/2014 (30.7.2014, ΦΕΚ155/Α'), όπως ισχύουν σχετικά με την εναρμόνιση ενεργειών τουριστικής προβολής με το γενικό σχέδιο του Υπουργείου Τουρισμού και την παροχή σύμφωνης γνώμης του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού.
5. Το αριθμ. 16996/31-7-2014 έγγραφο του Υπουργείου Τουρισμού σχετικά με την παροχή σύμφωνης γνώμης για ενέργειες τουριστικής προβολής.
6. Την αριθμ. 514666/24-12-2014 (ΑΔΑ: ΩΥ09469ΗΙΖ-Ε08) Εγκύκλιο του Ε.Ο.Τ. με θέμα: «*Διαδικασία αρμοδιότητας παροχής σύμφωνης γνώμης σε προγράμματα και ενέργειες τουριστικής προβολής των Περιφερειών και των Δήμων*».
7. Την αριθμ. 5788/20-05-2016 (ΑΔΑ: 7ΛΠΣ469ΗΙΖ-7ΕΨ) απόφαση του Ε.Ο.Τ. με θέμα: «*Επικαιροποίηση της Α.Π.514666/24.12.2014 Εγκυκλίου που αφορά στην διαδικασία παροχής σύμφωνης γνώμης σε προγράμματα και ενέργειες τουριστικής προβολής των Περιφερειών και των Δήμων της Χώρας*».
8. Την αριθμ. 16536/28-12-2018 απόφαση του Ε.Ο.Τ. με θέμα: «*Διαδικασία αρμοδιότητας παροχής σύμφωνης γνώμης σε προγράμματα και ενέργειες τουριστικής προβολής των Περιφερειών και των Δήμων*».
9. Την αριθμ. 652/18-1-2019 (ΑΔΑ: 6ΩΘΝ469ΗΙΖ-ΘΞΛ), όπως αυτή τροποποιήθηκε με την αριθμ.1215/25-01-2019 (ΑΔΑ: 62Σ0469ΗΙΖ-Μ4Χ), απόφαση του Ε.Ο.Τ. με θέμα: «*Τροποποίηση Απόφασης Έγκρισης Στρατηγικής Προώθησης και Προβολής του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού ετών 2019-2020*».
10. Την αριθμ. 711/22-2-2021 απόφαση του Γενικού Γραμματέα του Ε.Ο.Τ. με θέμα: «*Έγκριση της Στρατηγικής Προώθησης και Προβολής του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, έτους 2021*».
11. Το σχεδιασμό του Υπουργείου Τουρισμού για την τουριστική προβολή και τους επιμέρους στόχους.
12. Τις διατάξεις του άρθρου 24 παρ.3 του Ν.4339/2015 (Α' 133), όπως ισχύουν σχετικά την άσκηση εποπτείας από την Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης και Επικοινωνίας στα Υπουργεία και στα Νομικά Πρόσωπα Δημοσίου και Ιδιωτικού Δικαίου του ευρύτερου Δημόσιου Τομέα ως προς την εφαρμογή των επικοινωνιακών τους προγραμμάτων και δράσεων.
13. Τα στατιστικά στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος, της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής και του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων σχετικά με το τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας Πελοποννήσου.
14. Πλήθος μελετών για τον Τουρισμό, ιδιοκτησίας του Ελληνικού Κράτους και λοιπών φορέων (Ε.Ο.Τ., Σ.Ε.Τ.Ε., Ε.Ε.Τ.Α.Α., κλπ.).
15. Πλήθος μελετών ιδιοκτησίας της Περιφέρειας Πελοποννήσου για την ανάπτυξη και προβολή του οικείου τουριστικού προϊόντος.

16. Την αριθμ. 347853/25-10-2021 (ΑΔΑ: 6Δ877Λ1-ΩΦΡ) απόφαση του Περιφερειάρχη Πελοποννήσου με θέμα «*Τροποποίηση της Πράξης “ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ” με Κωδικό ΟΠΣ 5030565 στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα “Πελοπόννησος 2014-2020”*» η οποία περιλαμβάνει ένα τροποποιημένο και δύο νέα Υποέργα συνολικής αξίας 1.305.000,00 ευρώ με περίοδο υλοποίησης το έτος 2022.
17. Τους πόρους για την υλοποίηση του παρόντος (1.020.000,00) που προβλέπεται να αντληθούν από το Πρόγραμμα Περιφερειακής Ανάπτυξης σύμφωνα με την «*Έγκριση Περιφερειακού Προγράμματος Ανάπτυξης (ΠΠΑ) της Περιφέρειας Πελοποννήσου προγραμματικής περιόδου 2021 - 2025*» (ΑΔΑ: 609Α46ΜΤΛΡ-ΧΕΝ)
18. Το πρακτικό της από συνεδρίασης της Διαπαραταξιακής Επιτροπής Τουρισμού (η οποία συγκροτείται σύμφωνα με την αριθμ. 27/10.2.2020 απόφαση του Περιφερειακού Συμβουλίου Πελοποννήσου), σύμφωνα με το οποίο τα μέλη της Επιτροπής γνωμοδοτούν θετικά.
19. Το συνημμένο Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής Περιφέρειας Πελοποννήσου 2023.

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ 2023
“PELOPONNESE: GREECE BEYOND THE OBVIOUS”**

ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2022

Πίνακας Περιεχομένων

1. Εισαγωγή.....	7
2. Η υλοποίηση του Προγράμματος κατά το έτος 2022.....	10
3. Ο Τουρισμός της Πελοποννήσου.....	14
3.1. Ο Τουρισμός της Πελοποννήσου προ υγειονομικής κρίσης.....	14
3.2. Ο Τουρισμός της Πελοποννήσου κατά το έτος 2021.....	16
3.3. Ο Τουρισμός της Πελοποννήσου κατά το έτος 2022.....	17
4. Μεταβολές του ευρύτερου περιβάλλοντος.....	19
4.1. Οι μακροπρόθεσμες τάσεις της Παγκόσμιας Αγοράς Τουρισμού.....	19
5. Το Τουριστικό Προϊόν της Πελοποννήσου.....	21
5.1. Τα επιμέρους Τουριστικά Προϊόντα της Πελοποννήσου.....	21
5.2. Οι Αγορές Στόχευσης.....	22
6. Σχεδιασμός Προγράμματος Τουριστικής Προβολής 2023.....	24
6.1. Γενικοί Στόχοι.....	24
6.2. Επικοινωνιακό Positioning.....	26
6.3. Επικοινωνιακοί Στόχοι.....	26
6.4. Γενικοί Στόχοι Marketing.....	26
6.5. Ειδικοί Στόχοι Marketing.....	26
7. Δράσεις Προβολής 2023.....	28
7.1. Δράση 1: Εκθέσεις Τουρισμού και Αγροδιατροφής Φυσικές, Ψηφιακές ή Υβριδικές	28
7.2. Δράση 2: Διαφήμιση με Ψηφιακά και Παραδοσιακά Μέσα.....	34
7.3. Δράση 3: Ψηφιακά Κανάλια.....	34
7.4. Δράση 4: Εκδηλώσεις – Διοργανώσεις – Φεστιβάλ.....	35
7.5. Δράση 5: Παραγωγή Περιεχομένου.....	36
7.6. Δράση 6: Μελέτες.....	36
7.7. Πίνακες.....	37
8. Κατανομή - Χρηματοδότηση - Εκτέλεση Προϋπολογισμού.....	38

1. Εισαγωγή

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO), ο Τουρισμός ενός προορισμού χαρακτηρίζεται βιώσιμος, όταν αναπτύσσεται με τέτοιο τρόπο ώστε να λαμβάνει πλήρως υπ' όψιν «τις τρέχουσες και μελλοντικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις, ικανοποιώντας τις ανάγκες των επισκεπτών, της τουριστικής βιομηχανίας, του περιβάλλοντος και των κοινοτήτων υποδοχής».

Η Πελοπόννησος, ως τουριστικός προορισμός, κατέχει όλα τα απαραίτητα εφόδια ούτως ώστε να αποτελέσει το επίκεντρο της τουριστικής ανάπτυξης της χώρας για τα προσεχή έτη, καθώς προσφέρει την ποιότητα και την αυθεντικότητα που αποτελούν τους βασικούς πυλώνες της ευδαιμονίας και της καλής ζωής μέσα σε ένα μοναδικά πλούσιο και πολυποίκιλο πολιτιστικό και φυσικό τοπίο. Το εύκρατο κλίμα, η ασφαλής φύση, η οικουμενικής αξίας πολιτιστική και φυσική κληρονομιά, τα εξαιρετικά ποιοτικά προϊόντα και η διασύνδεση τους με τη γαστρονομία, συνθέτουν ένα σύνολο χαρακτηριστικών τα οποία συνάδουν απολύτως με τις σύγχρονες αλλά εδραιωμένες απαιτήσεις για αειφόρο Τουρισμό.

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου αποτελεί το νότιο άκρο της Βαλκανικής Χερσονήσου και καταλαμβάνει το μεγαλύτερο τμήμα της Πελοποννήσου. Η χωρική ενότητα του τουριστικού προορισμού «Πελοπόννησος» δεν εξαντλείται στα όρια του οικείου δευτεροβάθμιου Ο.Τ.Α. αλλά περιλαμβάνει επιπλέον, κατ'ελάχιστον, και τα διοικητικά εξαιρούμενα τμήματα της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας (Αχαΐα, Ηλεία) και της Περιφέρειας Αττικής (τμήμα της Αργολίδας).

Γεωμορφολογικά, στην Περιφέρεια Πελοποννήσου κυριαρχούν οι ορεινοί όγκοι, ενώ μικρότερα τμήματά της είναι πεδινά ή ημιορεινά, και εκτείνονται στις περιοχές εγγύς των ακτών. Ωστόσο, παρά το μικρό ποσοστό των πεδινών εκτάσεων, η Περιφέρεια διαθέτει μερικές από τις πιο εύφορες περιοχές της χώρας, όπως ο Αργολικός κάμπος, ο Μεσσηνιακός κάμπος, ο κάμπος της Κορινθίας και η κοιλάδα του ποταμού Ευρώτα. Επιπρόσθετα, η Περιφέρεια Πελοποννήσου διαθέτει μεγάλο μήκος ακτογραμμής σε σχέση με άλλες Περιφέρειες της χώρας ή άλλους ανταγωνιστικούς τουριστικούς προορισμούς.

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου ενσωματώνει ένα πολιτιστικό κεφάλαιο μοναδικό στον κόσμο, τόσο υλικό όσο και άυλο, το οποίο (κεφάλαιο) υφίσταται ως μαρτυρία της διαχρονικότητας της ανθρώπινης ύπαρξης σε αυτή, και καθορίζει τις εμπειρίες των δυνητικών επισκεπτών. Το κεφάλαιο αυτό, συντίθεται από πλήθος φυσικών και ανθρωπογενών στοιχείων τα οποία συγκροτούν ένα ιδιαίτερα

άξιο σύνολο παραγωγικών συντελεστών, οι οποίοι προσδίδουν ισχυρά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στο τοπικό τουριστικό προϊόν.

Ειδικότερα, στην Πελοπόννησο χωροθετούνται εξήντα (60) περίπου, μείζονος επιστημονικής αξίας και κάλλους αρχαιολογικοί χώροι, όπως αυτοί της Αρχαίας Κορίνθου, της Αρχαίας Ολυμπίας, της Επιδαύρου, των Μυκηνών, της Μεσσήνης, της Τίρυνθας και του Μυστρά. Διαθέτει ακόμη ένα σύνολο εξαιρετικών υποδειγμάτων βυζαντινής και μεταβυζαντινής αρχιτεκτονικής (ιστορικά διατηρητέα μνημεία, παραδοσιακούς οικισμούς, διατηρητέα κτίρια, ακίνητα έργα τέχνης, προέχοντα βυζαντινά μνημεία κλπ.), περίπου είκοσι (20) αρχαιολογικά μουσεία (Επιδαύρου, Ναυπλίου, Πύλου, Τρίπολης, Κορίνθου, Νεμέας, Σπάρτης κ.ά.), λαογραφικά μουσεία (Ναυπλίου, Γυθείου, Καλαμάτας κ.ά.), και θεματικά (Υδροκίνησης στη Δημητσάνα, Ελιάς και Ελληνικού Λαδιού στη Σπάρτη κ.ά.), δεκαπέντε (15) περιοχές που έχουν θεσμοθετηθεί ως ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, δεκατέσσερα (14) μνημεία φύσης με παλαιοντολογική - γεωμορφολογική αξία, σαράντα δύο (42) βιότοπους CORINE (εκ των οποίων 32 υγροβιότοποι), είκοσι έξι (26) περιοχές ενταγμένες στο Δίκτυο NATURA 2000, δύο (2) Αισθητικά Δάση, μία περιοχή INHERITURA κ.ά..

Επιπλέον, στην Περιφέρεια Πελοποννήσου διοργανώνονται κάθε χρόνο σπουδαία φεστιβάλ, όπως το Διεθνές Φεστιβάλ Επιδαύρου, το Διεθνές Νεανικό Φεστιβάλ Αρχαίας Μεσσήνης, το Διεθνές Φεστιβάλ Χορού Καλαμάτας, Διεθνές Φεστιβάλ Χορωδιών Καλαμάτας, το Διεθνές Φεστιβάλ Πόρτο Χελίου, το Διεθνές Φεστιβάλ Ντοκιμαντέρ Πελοποννήσου κ.ά..

Ταυτόχρονα, η αγροδιατροφική συγκρότηση στον τόπο της Πελοποννήσου αποτελεί υπόδειγμα της Μεσογειακής Διατροφής, η οποία είναι χαρακτηρισμένη από την UNESCO ως αγαθό «*Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας*», χαρακτηρισμός ο οποίος προσδίδει στο συγκεκριμένο διατροφικό υπόδειγμα παγκόσμια αναγνωρισιμότητα.

Η ενδεικτική αναφορά των ανωτέρω καθιστά σαφή, άνευ ετέρου, τη δυναμική που κατέχει η αγορά Τουρισμού της Περιφέρειας Πελοποννήσου, δεδομένων των χαρακτηριστικών και της ωριμότητας των ανταγωνιστικών και εδραιωμένων τουριστικών προορισμών (Κρήτη, Τοσκάνη, Προβηγκία, Ανδαλουσία, Νότια Ιταλία, Κορσική, Σαρδηνία, Κροατία κ.ά.).

Παρά ταύτα, δεν πρέπει να παραγνωρίζεται ότι η ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τις βασικές υποδομές που καθορίζουν τη σύγχρονη κοινωνική ζωή των αναπτυγμένων χωρών (πρωτεύον και δευτερεύον οδικό δίκτυο, δίκτυα Ο.Κ.Ω., πολεοδομικές εγκαταστάσεις κλπ.). Εσχάτως, δε, έχει ισχυροποιηθεί η σύνδεση της τουριστικής δραστηριότητας με

τις υποδομές υγείας ενός εκάστου προορισμού, καθιστώντας παράγοντα μείζονος σημασίας την ύπαρξη επαρκών υποδομών και παροχών υγείας, όσον αφορά στην λήψη απόφασης για τον προορισμό ενός ταξιδιού.

Η κατανομή του περιεχομένου στο παρόν κείμενο περιλαμβάνει τα κάτωθι:

- Το κεφάλαιο 2 αποτελεί ενημερωτικό κείμενο, και όχι ετήσιο απολογισμό, για τις ενέργειες της Διεύθυνσης Τουρισμού της Περιφέρειας Πελοποννήσου και την υλοποίηση του αντίστοιχου Προγράμματος του 2022.
- Το κεφάλαιο 3 περιλαμβάνει επιλεγμένες πληροφορίες για την οικεία αγορά τουρισμού και συγκριτικά με την Επικράτεια μεγέθη, τόσο πριν όσο και κατά τη διάρκεια της υγειονομικής κρίσης. Το παρόν δεν αποτελεί καταγραφή υφιστάμενης κατάστασης, όπως αυτή θα χωρούσε σε μια μελέτη στρατηγικού περιεχομένου.
- Το κεφάλαιο 4 καταγράφει σημαντικές αλλαγές του ευρύτερου περιβάλλοντος οι οποίες έχουν στρατηγικό χαρακτήρα.
- Το κεφάλαιο 5 περιγράφει τα βασικά χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος και των αγορών στόχευσης της οικείας αγοράς τουρισμού, σύμφωνα με επίκαιρα στοιχεία που καθορίζουν το ευρύτερο πλαίσιο.
- Το κεφάλαιο 6 περιλαμβάνει περιφραστική περιγραφή των επιθυμητών στόχων και των στοιχείων τα οποία θα καθορίσουν την υλοποίηση του παρόντος.
- Το κεφάλαιο 7 αποτελεί τον πυρήνα του παρόντος, καθώς περιλαμβάνει την ανάλυση και την κατανομή πόρων ανά Δράση.
- Το κεφάλαιο 8 αναφέρεται στην διοικητική διαδικασία και τη μέθοδο χρηματοδότησης.

2. Η υλοποίηση του Προγράμματος κατά το έτος 2022

Κατά το έτος 2022 υλοποιήθηκε το αντίστοιχο Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής, σε συνέχεια της θετικής γνώμης της Γνωμοδοτικής Επιτροπής Τουρισμού, και των θετικών αποφάσεων της Εκτελεστικής Επιτροπής και της Οικονομικής Επιτροπής της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Επίσης, θετική ήταν και η απόφαση του Ε.Ο.Τ. ο οποίος παρείχε τη σχετική Σύμφωνη Γνώμη. Το σύνολο των Δράσεων περιελάμβανε το Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής 2022 και έργα της Πελοπόννησος ΑΕ – ΑΟΤΑ στο πλαίσιο υλοποίησης σχετικού έργου ΕΣΠΑ (αναγραφόμενα εντός παρενθέσεως στον κατωτέρω πίνακα). Συνοπτικά προβλεπόντουσαν τα εξής:

A/A	ΔΡΑΣΕΙΣ 2022	ΑΞΙΑ (ευρώ, σ/νου ΦΠΑ)
Δράση 1	Εκθέσεις Τουρισμού και Προϊόντων Φυσικές, Ψηφιακές ή Υβριδικές	Έως 280.000,00
Δράση 2	(Διαφήμιση με Ψηφιακά και Παραδοσιακά Μέσα)	(Έως 1.067.800,00 ¹)
Δράση 3	Ψηφιακά Κανάλια	Έως 7.000,00 ²
Δράση 4	(Εκδηλώσεις – Διοργανώσεις – Φεστιβάλ)	(Έως 200.000,00)
Δράση 5	(Παραγωγή Περιεχομένου)	(Έως 627.300,00 ¹)
Δράση 6	Μελέτες	Έως 60.000,00 (Έως 37.200,00)
Δράση 7	Δράσεις Δημοσίων Σχέσεων	Έως 53.000,00 ²
	<u>ΣΥΝΟΛΟ ΕΡΓΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ</u>	<u>Έως 400.000,00</u>
	<u>ΣΥΝΟΛΟ ΕΡΓΩΝ ΕΣΠΑ</u>	<u>Έως 1.305.000,00</u>

¹Το ποσό των 627.300,00 έχει μεικτό περιεχόμενο και αφορά στην παραγωγή οπτικοακουστικού, ραδιοφωνικού και φωτογραφικού υλικού προβολής και σε διαφημιστικές δαπάνες σε παραδοσιακά και ψηφιακά μέσα. Ως εκ τούτου καταχωρείται εξ ολοκλήρου τόσο στη Δράση 2 όσο και στη Δράση 5.

²Λόγω έκτακτων αναγκών οι οποίες προέκυψαν κατά την υλοποίηση του Προγράμματος τον Αύγουστο του 2022 έλαβε χώρα τροποποίηση του Προγράμματος η οποία περιελάμβανε τη μεταφορά πιστώσεων συνολικού ύψους είκοσι τριών χιλιάδων ευρώ (23.000,00 €) από την ΔΡΑΣΗ 3: Ψηφιακά Κανάλια στην ΔΡΑΣΗ 7: Δράσεις Δημοσίων Σχέσεων. Ως εκ τούτου οι τελικές πιστώσεις των Δράσεων διαμορφώθηκαν σε 7.000,00 ευρώ για τη Δράση 3 και 53.000,00 για τη Δράση 7.

Στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζεται ο βαθμός υλοποίησης και τα απόλυτα μεγέθη των δαπανών για μία εκάστη εκ των περιλαμβανομένων Δράσεων:

A/A	Αξία Προϋπολογισμού (συ/νου ΦΠΑ)	Αξία Ολοκληρωμένων (συ/νου ΦΠΑ)	Αξία Υπό Εξέλιξη (συ/νου ΦΠΑ)	Ποσοστό Υλοποίησης (%)
Δράση 1	Έως 280.000,00	264.206,50	0	94,36%
Δράση 2	(Έως 1.067.800,00)	0	(1.067.800,00)	(100,00%)
Δράση 3	Έως 7.000,00	6.200,00	0	88,57%
Δράση 4	(Έως 200.000,00)	(181.716,26)	(18.283,74)	90,85%
Δράση 5	(Έως 627.300,00)	0	(627.300,00)	(100,00%)
Δράση 6	Έως 60.000,00 (Έως 37.200,00)	0 (37.200,00)	0	0% (100,00%)
Δράση 7	Έως 53.000,00	53.000,00	0	100,00%
ΣΥΝΟΛΟ ΕΡΓΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ	Έως 400.000,00	<u>323.406,50</u>	<u>0</u>	<u>80,85%</u>
ΣΥΝΟΛΟ ΕΡΓΩΝ ΕΣΠΑ	Έως 1.305.000,00	<u>218.916,26</u>	<u>1.086.083,74</u>	<u>100,00%</u>

Ακολουθεί συνοπτική έκθεση αναφοράς:

ΔΡΑΣΗ 1: Εκθέσεις Τουρισμού και Προϊόντων Φυσικές, Ψηφιακές ή Υβριδικές

Στο πλαίσιο της Δράσης 1 η Διεύθυνση Τουρισμού της Περιφέρειας Πελοποννήσου συμμετείχε σε διεθνείς ή περιφερειακές τουριστικές εκθέσεις, είτε ως ανεξάρτητος εκθέτης είτε ως συνεκθέτης του ΕΟΤ, πραγματοποιώντας πλήθος προωθητικών ενεργειών (διανομή προωθητικού υλικού, προώθηση προϊόντων, B2B συναντήσεις κ.ά.). Οι εκθέσεις ήταν οι εξής:

- Food Expo 2022 (12 – 14 Μαρτίου 2022)
- FruitLogistica 2022, Βερολίνο (5 – 7 Απριλίου 2022)
- Prowein 2022, Ντίσσελντορφ (15 – 17 Μαΐου 2022)
- Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης, Θεσσαλονίκη (10 – 18 Σεπτεμβρίου 2022)
- Sial Paris 2022, Παρίσι (19 – 23 Οκτωβρίου 2022)
- World Travel Market 2022, Λονδίνο (συνεκθέτης ΕΟΤ) (7 – 9 Νοεμβρίου 2022)

ΔΡΑΣΗ 2: Διαφήμιση με Ψηφιακά και Παραδοσιακά Μέσα

Στο πλαίσιο της Δράσης 2 υλοποιείται διαφημιστική καμπάνια σε παραδοσιακά και ψηφιακά μέσα για την χειμερινή περίοδο τους μήνες Δεκέμβριο 2022 και Ιανουάριο 2023. Η Δράση υλοποιείται μέσω

έργου ΕΣΠΑ με δικαιούχο την Πελοπόννησος ΑΕ – ΑΟΤΑ. Το έργο είναι ήδη συμβασιοποιημένο, κατόπιν Διεθνούς Ανοικτού Διαγωνισμού. Επίσης, υλοποιείται έργο συνδιαφήμισης με τις αεροπορικές εταιρείες οι οποίες δραστηριοποιούνται στο Διεθνή Αερολιμένα Καλαμάτας.

ΔΡΑΣΗ 3: Ψηφιακά Κανάλια

Στο πλαίσιο της Δράσης 3 η Διεύθυνση Τουρισμού της Περιφέρειας Πελοποννήσου ανέθεσε τη λειτουργία και συντήρηση της διαδικτυακής πύλης mythicalpeloponnese.gr. Επίσης, κατά το 2022 υλοποιήθηκε καμπάνια Newsletter, και ενέργειες συντήρησης και λειτουργίας των οικείων λογαριασμών στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Facebook, Instagram).

ΔΡΑΣΗ 4: Εκδηλώσεις – Διοργανώσεις – Φεστιβάλ

Στο πλαίσιο της Δράσης 4 υλοποιήθηκε για πρώτη φορά το Φεστιβάλ Γαστρονομικού περιεχομένου Peloponnese Food Stories. Η Δράση υλοποιήθηκε μέσω έργου ΕΣΠΑ με δικαιούχο την Πελοπόννησος ΑΕ – ΑΟΤΑ και αφορούσε σε πέντε διήμερες εκδηλώσεις, μία σε κάθε Περιφερειακή Ενότητα, έκαστη εκ των οποίων περιελάμβανε ένα κύριο event (με έκθεση τοπικών προϊόντων, workshops, γευσιγνωσίες, γαστρονομικές παρασκευές, ζωντανή μουσική κ.ά.) και ένα Fam Trip.

ΔΡΑΣΗ 5: Παραγωγή περιεχομένου

Στο πλαίσιο της Δράσης 5 παράγεται υλικό προβολής για γενική χρήση και χρήση σε διαφημιστική καμπάνια με παραδοσιακά και ψηφιακά μέσα για την χειμερινή περίοδο τους μήνες Δεκέμβριο 2022 και Ιανουάριο 2023. Η Δράση υλοποιείται μέσω έργου ΕΣΠΑ με δικαιούχο την Πελοπόννησος ΑΕ – ΑΟΤΑ. Το έργο είναι ήδη συμβασιοποιημένο, κατόπιν Διεθνούς Ανοικτού Διαγωνισμού.

Το παραγόμενο υλικό προβολής περιλαμβάνει:

- Το κύριο Spot μυθοπλασίας της καμπάνιας διάρκειας 3΄ και αντίστοιχα Short και Cut versions
- Δέκα θεματικά spot ταξιδιωτικού περιεχομένου διάρκειας περίπου 1΄
- Ραδιοφωνικό Spot
- Φωτογραφίες
- Υλικό επικοινωνίας (key visuals, banners κ.ά.)

ΔΡΑΣΗ 6: Μελέτες

Στο πλαίσιο της Δράσης 5 συντάχθηκε μελέτη Τουριστικής Στρατηγικής και Εξειδίκευσης Εμπειριών. Η Δράση υλοποιήθηκε μέσω έργου ΕΣΠΑ με δικαιούχο την Πελοπόννησος ΑΕ – ΑΟΤΑ.

Η Μελέτη αποτελεί μια επικαιροποίηση της συνταχθείσας κατά το έτος 2020 «Μελέτης Στρατηγικής

Ψηφιακού Μάρκετινγκ» από το Πανεπιστήμιο Πειραιώς θα αξιοποιηθεί ως κείμενο βάσης συζήτησης (discussion paper) και διαμόρφωσης προτεραιοτήτων για τη Διεύθυνση Τουρισμού ή/και τον Οργανισμό Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού της Περιφέρειας Πελοποννήσου (ΟΔΔΠ) και τη στρατηγική της επόμενης διετίας που οφείλεται να αναπτυχθεί σύμφωνα με τις οικείες διατάξεις. Συμπληρωματικός στόχος να τροφοδοτήσει όλες τις προγραμματισμένες ενέργειες όπως, ενδεικτικά, η υπό εξέλιξη καμπάνια προβολής, η υλοποίηση του συνεδρίου TBEX Peloponnese 2023 ή η ανανέωση της ταυτότητας του τουριστικού προορισμού της Περιφέρειας Πελοποννήσου (rebranding).

ΔΡΑΣΗ 7: Δράσεις Δημοσίων Σχέσεων

Στο πλαίσιο της Δράσης 7 η Διεύθυνση Τουρισμού της Περιφέρειας Πελοποννήσου συνδιοργάνωσε ή συμμετείχε σε στοχευμένες ενέργειες δημοσίων σχέσεων (FAM TRIPS, κ.α). Οι ενέργειες ήταν οι εξής:

- Συνδιοργάνωση με το Υπουργείο Τουρισμού και τον Ε.Ο.Τ. του 3^{ου} Οδοιπορικού Οινoturισμού (1 – 3 Απριλίου 2022)
- Συγχρηματοδότηση του Fam Trip “International Wine Review” (14 – 16 Απριλίου 2022)
- Διοργάνωση Press/Fam Trip με επιδραστικούς travel bloggers στο ευρύτερο πλαίσιο των δράσεων για το συνέδριο TBEX Peloponnese 2023 (2 – 6 Δεκεμβρίου 2022)
- Διοργάνωση Press Conference με τη συμμετοχή του Υπουργείου Τουρισμού και του Ε.Ο.Τ. στο ευρύτερο πλαίσιο των δράσεων για το συνέδριο TBEX Peloponnese 2023 (6 Δεκεμβρίου 2022)

3. Ο Τουρισμός της Πελοποννήσου

3.1. Ο Τουρισμός της Πελοποννήσου προ υγειονομικής κρίσης

Οι επιδόσεις της Περιφέρειας Πελοποννήσου ως τουριστικού προορισμού υστερούν διαχρονικά, τόσο σε επίπεδο Επικράτειας, μεταξύ των δεκατριών (13) Περιφερειών της χώρας, όσο και σε επίπεδο διεθνούς ανταγωνισμού, καθώς:

- Το μερίδιο της στις επισκέψεις αλλοδαπών*, επί τη βάσει του συνόλου των επισκέψεων αλλοδαπών στην Επικράτεια περιορίζεται κατά μέσο όρο στο 2,3% (2016-2019) (*Τράπεζα της Ελλάδος, SETE*).
- Το μερίδιο της στις εισπράξεις από την τουριστική δραστηριότητα*, επί τη βάσει του συνόλου των εσόδων στην Επικράτεια περιορίζεται κατά μέσο όρο στο 2,43% (2016-2019) (*Τράπεζα της Ελλάδος, SETE*).
- Το μερίδιο της στις διανυκτερεύσεις αλλοδαπών*, επί τη βάσει του συνόλου των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών στην Επικράτεια περιορίζεται κατά μέσο όρο στο 2,8% (2016-2019) (*Τράπεζα της Ελλάδος, SETE*).
- Η συνδρομή του Τουρισμού ως ποσοστό του Α.Ε.Π. σε επίπεδο Περιφέρειας Πελοποννήσου ανέρχεται κατά μέσο όρο σε 6% και υπολείπεται σημαντικά του μέσου όρου σε επίπεδο Επικράτειας (11,1%) (2016-2019) (*Τράπεζα της Ελλάδος, SETE*).

Εξετάζοντας δε, τα στοιχεία σε επίπεδο διεθνούς ανταγωνισμού, οι διαπιστώσεις προβληματίζουν καθώς ο αριθμός αφίξεων υπολείπεται σε σχέση με τα αντίστοιχα μεγέθη άλλων προορισμών στη ακτογραμμή της Μεσογείου, όπως οι ήδη αναφερθέντες, σε τέτοιο βαθμό ούτως ώστε να παρέλκει οποιαδήποτε περαιτέρω ανάλυση στοιχείων. Ενδεικτικά, αναφέρεται δείκτης ο οποίος εξάγεται από τη Eurostat στο πλαίσιο εξέτασης των στοιχείων Τουρισμού, μεταξύ άλλων, σε επίπεδο εδαφικών στατιστικών μονάδων (Regional-NUTS2) σε ολόκληρη την ακτογραμμή της Μεσογείου. Ο δείκτης αυτός συνδυάζει δύο κρίσιμα στοιχεία ήτοι, την έκταση της κάθε εδαφικής στατιστικής μονάδας (Περιοχή ή Περιφέρεια ή Χώρα κ.ά.) και τον αριθμό των διανυκτερεύσεων, ως αριθμό πραγματοποιηθεισών διανυκτερεύσεων ανά τ.χλμ., κατανέμοντας τον αριθμό διανυκτερεύσεων με αντικειμενικό τρόπο, αναφορικά με το γεωγραφικό μέγεθος του τουριστικού προορισμού. Κατά τον δείκτη αυτόν η Περιφέρεια Πελοποννήσου καταγράφει μία από τις χειρότερες επιδόσεις (μεταξύ των δέκα τελευταίων περιοχών) στο σύνολο των παράκτιων Μεσογειακών περιοχών, οι οποίες ξεπερνούν σε αριθμό τις πενήντα (50). (EUROSTAT)

Επιπλέον στοιχεία που περιγράφουν κρίσιμα την προ πανδημίας κατάσταση, στο μέτρο που αυτή ενδιαφέρει το περιεχόμενο του παρόντος, είναι τα εξής :

- Κατά το έτος 2019 το οικείο ξενοδοχειακό δυναμικό αποτελούσε το 7% των μονάδων, το 5% των δωματίων και το 5% των κλινών της Επικράτειας. Συνολικά διαθέτει 685 μονάδες με 19.853 δωμάτια και 39.384 κλίνες (SETE).
- Το έτος 2019 η μέση κατά κεφαλήν δαπάνη ανήλθε στα 464 ευρώ ανά ταξίδι, έχοντας αυξηθεί κατά 21% από το αντίστοιχο μέγεθος του έτους 2016, όμως υπολείπεται κρίσιμα σε σύγκριση με το μέγεθος σε επίπεδο Επικράτειας για το έτος 2019 το οποίο ανέρχεται στα 564 ευρώ (514 ευρώ για το έτος 2016) (Τράπεζα της Ελλάδος, SETE).
- Τη χρονική περίοδο 2012-2019 το άθροισμα των κλινών κατηγορίας 4* και 5* αυξήθηκε κατά 32,9%, ενώ το αντίστοιχο άθροισμα των κατηγοριών 1*, 2* και 3* παρέμεινε σταθερό. Επίσης, το άθροισμα των κλινών υψηλής ποιότητας (High End) ως ποσοστό επί του γενικού συνόλου κλινών ανέρχεται στο 39,8% στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, ποσοστό το οποίο υπολείπεται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τα αντίστοιχα ποσοστά των ανταγωνιστικών προορισμών (Τράπεζα της Ελλάδος, SETE).
- Κατά μέσο όρο, τη χρονική περίοδο 2016-2019 το τουριστικό έσοδο συγκροτείτο κατά 79,8% από ανεξάρτητους ταξιδιώτες (freelancers) και μόνο το 20,2% επέρχεται ως αποτέλεσμα προμήθειας οργανωμένου πακέτου ταξιδιού (Τράπεζα της Ελλάδος, SETE).
- Οι διεθνείς αεροπορικές αφίξεις του Διεθνούς Αερολιμένα Καλαμάτας «Καπετάν Βασίλης Κωνσταντακόπουλος», κατά τη διετία 2018-2019, ήτοι κατά την περίοδο που κατέγραψαν τις υψηλότερες επιδόσεις, αντιστοιχούν περίπου στο 20% - 25% των συνολικών αφίξεων αλλοδαπών, ενώ οι αντίστοιχες επιδόσεις για το σύνολο των αφίξεων κυμαίνονται περίπου στο 10% (SETE μετά από επεξεργασία).

**Τα στοιχεία αφορούν στις 15 κυριότερες αγορές οι οποίες αντιστοιχούν στο 95,7% του συνόλου των επισκέψεων αλλοδαπών.*

Τα ανωτέρω δεν αποτελούν μόνον εκφράσεις των προβλημάτων και χαρακτηριστικών, τα οποία ναρκοθετούν διαχρονικά τη μεγέθυνση της αγοράς Τουρισμού στην Πελοπόννησο, τουλάχιστον σε επίπεδα ανταγωνιστικά των προορισμών με ομοειδή χαρακτηριστικά στην ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου, αλλά υποδεικνύουν ακροθιγώς και τη στόχευση που θα πρέπει να έχουν οι πολιτικές για την επίτευξη της επιθυμητής μεγέθυνσης.

3.2. Ο Τουρισμός της Πελοποννήσου κατά το έτος 2021

Αναμφίβολα, σε παγκόσμιο επίπεδο ο κλάδος των τουριστικών υπηρεσιών ήταν αυτός ο οποίος δέχτηκε το ισχυρότερο πλήγμα από την έναρξη της πανδημίας. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO) ο παγκόσμιος τουρισμός, κατά τη χρονική περίοδο 2019-2020, κατέγραψε μείωση διεθνών αφίξεων κατά 74%. Η κατάρρευση του παγκόσμιου τουρισμού, μεταφράζεται σε απώλειες εσόδων από εξαγωγές, έντεκα φορές μεγαλύτερες από τις απώλειες που καταγράφηκαν κατά την διάρκεια της χρηματοπιστωτικής κρίσης το 2009.

Σε αυτό το δυσμενές τουριστικό περιβάλλον, ο ελληνικός τουρισμός δεν θα μπορούσε να μείνει αλώβητος, διακόπτοντας την ανοδική πορεία που κατέγραψαν στο σύνολο τους τα τουριστικά μεγέθη της χώρας έως και τον Φεβρουάριο του 2020. Συγκεκριμένα, ο ελληνικός τουρισμός κατά τη χρονική περίοδο 2019-2020 κατέγραψε μείωση αφίξεων κατά 76,5% και μείωση εισπράξεων κατά 75,6%. Παρ' όλη την σημαντική μείωση που σημείωσαν τα τουριστικά μεγέθη της Ελλάδας, η απασχόληση στις Δραστηριότητες υπηρεσιών παροχής καταλύματος και εστίασης υποχώρησε σημαντικά λιγότερο, κατά 10,0%, ως επακόλουθο πρωτοβουλιών και μέτρων που ελήφθησαν από το κράτος για την στήριξη της απασχόλησης και των επιχειρήσεων (SETE).

Σε επίπεδο Περιφέρειας Πελοποννήσου η κατάσταση εξελίχθηκε ομαλότερα καθώς τα ειδικά χαρακτηριστικά του προορισμού όπως η κατά κανόνα οδική πρόσβαση των επισκεπτών (η οποία είναι υγειονομικά ασφαλέστερη και δεν απαιτεί προγενέστερη χρονικά οργάνωση και κρατήσεις), η εγγύτητα με την αγορά στόχευσης της Αθήνας και το μεγάλο ποσοστό που καταλαμβάνουν οι ημεδαποί επισκέπτες στο σύνολο, το μεγάλο ποσοστό που καταλαμβάνουν οι ανεξάρτητοι ταξιδιώτες σε σχέση με αυτούς που επισκέπτονται τον προορισμό με τουριστικό πακέτο αλλά και το, εν γένει, ήπιο προφίλ της οικείας τουριστικής δραστηριότητας συνέβαλαν σε αυτό.

Επίσης, οι εύστοχες επιλογές αναφορικά με τη διαχείριση της υγειονομικής κρίσης, σε Εθνικό και Περιφερειακό επίπεδο, συνέτειναν τόσο στην εμπέδωση της Πελοποννήσου ως ενός ασφαλούς προορισμού όσο και στην επαρκή επιμόρφωση των εμπλεκομένων στην παραγωγή του τουριστικού προϊόντος, ενώ το πρόγραμμα «Τουρισμός για όλους» ενίσχυσε την τουριστική κατανάλωση.

Τα στοιχεία αυτά συντέλεσαν στην άμβλυνση των αρνητικών επιπτώσεων της πανδημίας στην τοπική αγορά τουρισμού, σε σχέση με τις αγορές άλλων προορισμών. Ως τελικό αποτέλεσμα, για τα τουριστικά μεγέθη των επισκέψεων, εισπράξεων και διανυκτερεύσεων καταγράφεται ένας μεγαλύτερος βαθμός ανάκαμψης της αγοράς τουρισμού της Πελοποννήσου, σε σχέση με αυτή της

Επικράτειας, και, ως εκ τούτου, ενισχύεται και το αντίστοιχο μερίδιο στα μεγέθη αυτά, επί του εθνικού συνόλου.

Ειδικότερα, ο τουρισμός της Περιφέρειας Πελοποννήσου κατέγραψε, για το έτος 2021, τις εξής επιδόσεις:

- Το μερίδιο της Περιφέρειας Πελοποννήσου στις επισκέψεις αλλοδαπών*, επί τη βάσει του συνόλου των επισκέψεων αλλοδαπών στην Επικράτεια ανήλθε στο 2,9%, από 2,3% κατά μέσο όρο την τετραετία 2016-2019 (2,5% το 2019) (Τράπεζα της Ελλάδος, SETE).
- Το μερίδιο της Περιφέρειας Πελοποννήσου στις εισπράξεις από την τουριστική δραστηριότητα, επί τη βάσει του συνόλου των εσόδων στην Επικράτεια ανήλθε στο 2,4%, από 2,43% κατά μέσο όρο την τετραετία 2016-2019 (2,4% το 2019) (Τράπεζα της Ελλάδος, SETE)
- Το μερίδιο της Περιφέρειας Πελοποννήσου στις διανυκτερεύσεις αλλοδαπών*, επί τη βάσει του συνόλου των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών στην Επικράτεια ανήλθε στο 3,1%, από 2,8% κατά μέσο όρο την τετραετία 2016-2019 (2,8% το 2019) (Τράπεζα της Ελλάδος, SETE).

**Τα στοιχεία αφορούν στις 15 κυριότερες αγορές οι οποίες αντιστοιχούν σε ποσοστό άνω του 95% του συνόλου των επισκέψεων αλλοδαπών.*

3.3. Ο Τουρισμός της Πελοποννήσου κατά το έτος 2022

Έως τη σύνταξη του παρόντος, δεν ήταν διαθέσιμες ολοκληρωμένες δημοσιεύσεις για το τρέχον έτος, ειδικώς για τις Περιφέρειες της χώρας. Πάντως, προκύπτει αναμφισβήτητα ότι σε επίπεδο Επικράτειας το τουριστικό έσοδο ξεπέρασε το αντίστοιχο μέγεθος του 2019, επίδοση η οποία ξεπέρασε τον αντίστοιχο δημοσιονομικό στόχο του κρατικού προϋπολογισμού, ενώ προκύπτει ότι ενισχύθηκαν ιδιαίτερα τους μήνες Σεπτέμβριο, Οκτώβριο και Νοέμβριο, επιτυγχάνοντας τον στρατηγικό στόχο της διεύρυνσης της τουριστικής περιόδου.

Για την Περιφέρεια Πελοποννήσου προκύπτει ότι τουλάχιστον για τα πρώτα δύο τρίμηνα του έτους 2022, για τα οποία κατά το χρόνο σύνταξης του παρόντος είχαν δημοσιευθεί μερικώς επεξεργασμένα στοιχεία της Έρευνας Συνόρων, συνεχίζεται η κατ' αναλογία θετική πορεία ανάκαμψης της οικείας αγοράς εισερχόμενου τουρισμού. Από τα στοιχεία αυτά προκύπτουν τα εξής:

- Οι επισκέψεις από τις κυριότερες αγορές του εξωτερικού, για τα πρώτα δύο τρίμηνα, αυξήθηκαν σε ποσοστό 1,8% για την Περιφέρεια Πελοποννήσου με έτος βάσης το 2019 (Τράπεζα της Ελλάδος μετά από επεξεργασία).

- Οι εισπράξεις από τις κυριότερες αγορές του εξωτερικού, για τα πρώτα δύο τρίμηνα, αυξήθηκαν σε ποσοστό 6,7% για την Περιφέρεια Πελοποννήσου με έτος βάσης το 2019 (Τράπεζα της Ελλάδος μετά από επεξεργασία).
- Οι διανυκτερεύσεις από τις κυριότερες αγορές του εξωτερικού, για τα πρώτα δύο τρίμηνα, αυξήθηκαν κατά 17,7% για την Περιφέρεια Πελοποννήσου με έτος βάσης το 2019 (Τράπεζα της Ελλάδος μετά από επεξεργασία).

**Τα στοιχεία αφορούν στις 15 κυριότερες αγορές οι οποίες αντιστοιχούν σε ποσοστό άνω του 95% του συνόλου των επισκέψεων αλλοδαπών.*

Οι διεθνείς αεροπορικές αφίξεις στο Διεθνή Αερολιμένα Καλαμάτας «Καπετάν Βασίλης Κωνσταντακόπουλος» κατέγραψαν, έως σήμερα, αύξηση της τάξης του 1,6%, με έτος βάσης το 2019 (SETE, ΥΠΑ).

Η ανάλυση του παρόντος κεφαλαίου αποσκοπεί στο να εξαχθούν βασικά συμπεράσματα για την αγορά Τουρισμού της Περιφέρειας Πελοποννήσου, σε έναν εύλογο βαθμό ο οποίος εξυπηρετεί τον προκείμενο σκοπό, και δεν αποτελεί πλήρη και εκτενή ανάλυση όλων των σχετικών στοιχείων, κάτι που θα αποτελούσε περιεχόμενο μιας Στρατηγικού χαρακτήρα μελέτης.

4. Μεταβολές του ευρύτερου περιβάλλοντος

4.1. Οι μακροπρόθεσμες τάσεις της Παγκόσμιας Αγοράς Τουρισμού

Στην έρευνα των Deloitte και REMACO, για λογαριασμό του ΣΕΤΕ, υπό τον τίτλο «Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Σχέδια Δράσης», η οποία χρηματοδοτήθηκε από Κοινοτικούς πόρους στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία», χαρτογραφούνται οι κύριες τάσεις (Megatrends), και οι επιμέρους τάσεις (trends) που υπάγονται σε αυτές, οι οποίες αναμένεται να διαδραματίσουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση του τουρισμού στο μέλλον. Αποτυπώνονται οι επιπτώσεις που ενδέχεται να έχει κάθε Megatrend, στην προσφορά και στη ζήτηση.

Τα κυριότερα Megatrends που εκτιμάται ότι θα επηρεάσουν σε μεγάλο βαθμό τον τουρισμό σταχυολογούνται ως εξής:

- Η τεχνολογική ανάπτυξη και ψηφιοποίηση
- Οι δημογραφικές εξελίξεις
- Η βιωσιμότητα

Τεχνολογική ανάπτυξη και ψηφιοποίηση

- Αξιοποιώντας τις νέες ψηφιακές τεχνολογίες
 - Οι προορισμοί μπορούν να ενισχύσουν τη βιωσιμότητά τους και τη συνολική ελκυστικότητά τους
 - Οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να κάνουν το άλμα από τη βασική ψηφιοποίηση, στην ευφυή χρήση των δεδομένων, για τη δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών
- Ο ανθρώπινος παράγοντας θα προσδίδει σημαντική προστιθέμενη αξία στη συνολική τουριστική εμπειρία

Οι δημογραφικές εξελίξεις

- Γήρανση του πληθυσμού, ανάδειξη νέων καταναλωτικών φυλών (tribes), μετανάστευση και ψηφιακοί νομάδες είναι κάποιες από τις τάσεις που επηρεάζουν την τουριστική προσφορά και ζήτηση.
- Προορισμοί και επιχειρήσεις καλούνται να επιλέξουν σε ποιο τμήμα (segment) της αγοράς θα στοχεύσουν, προσφέροντας μια αντίστοιχα προσαρμοσμένη, ολοκληρωμένη κι αυθεντική

εμπειρία.

Η βιωσιμότητα

- Οι κατευθυντήριες γραμμές της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης και οι πρακτικές διαχείρισης αφορούν το σύνολο των προορισμών και των επιχειρήσεων.
- Οι αρχές της βιωσιμότητας αναφέρονται στις περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικο-πολιτιστικές πτυχές της τουριστικής ανάπτυξης. Αναζητείται η κατάλληλη ισορροπία μεταξύ αυτών για να διασφαλιστεί η μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα.
- Η κλιματική αλλαγή και οι στρατηγικές αναχαίτισής της αναμένεται να μετασχηματίσουν σημαντικές πτυχές της οικονομίας και κατ' επέκταση και του τουρισμού. Τεχνολογία και «πράσινες δεξιότητες» είναι σημαντικοί επιταχυντές της βιώσιμης ανάπτυξης.

Οι ανωτέρω ακροθιγώς αναφερθείσες τάσεις λήφθηκαν υπ' όψιν κατά το σχεδιασμό του παρόντος Προγράμματος, αλλά δεν πρέπει να αγνοούνται και κατά την υλοποίηση των επιμέρους δράσεων που αυτό περιλαμβάνει.

5. Η αγορά τουρισμού της Πελοποννήσου

5.1. Τα επιμέρους τουριστικά προϊόντα της Πελοποννήσου

Με βάση το Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο Τουρισμού, το χαρτοφυλάκιο τουριστικών προϊόντων της χώρας αποτελείται από τα παρακάτω 5 κύρια τουριστικά προϊόντα και τα 7 συμπληρωματικά, τα οποία είτε συμπληρώνουν και ενισχύουν την εμπειρία του επισκέπτη (enablers) είτε απευθύνονται σε εξειδικευμένα τμήματα της αγοράς (niche).

Τα Κύρια Τουριστικά Προϊόντα της Χώρας

- Sun & Beach
- Ναυτικός Τουρισμός
- Πολιτιστικός &
- Θρησκευτικός Τουρισμός
- City Break
- MICE

Τα Συμπληρωματικά Τουριστικά Προϊόντα της Χώρας

- Αγροτουρισμός
- Οικοτουρισμός
- Γαστρονομικός Τουρισμός
- Τουρισμός Ευεξίας
- Επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους
- Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας
- Αθλητικός Τουρισμός

Επί τη βάση των ανωτέρω, στην έρευνα των Deloitte και REMACO, για λογαριασμό του ΣΕΤΕ, υπό τον τίτλο «Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Σχέδια Δράσης», η οποία χρηματοδοτήθηκε από Κοινοτικούς πόρους στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία», χαρτογραφούνται τα επί μέρους προϊόντα ανά προορισμό και η αναπτυξιακή φάση στην οποία βρίσκονται αυτά. Ο γεωγραφικός χώρος της Περιφέρειας Πελοποννήσου δε, στο πλαίσιο υπαγωγής των υπό μελέτη αντικειμένων στις διοικητικές της αρμοδιότητες, αντιμετωπίζεται ως

διμερής προορισμός, συγκροτούμενος από τη Βορειοανατολική Πελοπόννησο (Κορινθία, Αργολίδα, Αρκαδία) και τη Νότια Πελοπόννησο (Λακωνία, Μεσσηνία). Στη μελέτη αυτή συνυπολογίζοντας, μεταξύ άλλων, τις εξελίξεις στην παγκόσμια αγορά τουρισμού, στο εθνικό τουριστικό προϊόν, στις αγορές στόχευσης και στους ανταγωνιστικούς προορισμούς διατυπώνεται μια κατανομή και προτεραιοποίηση των ανωτέρω αναφερθέντων επιμέρους τουριστικών προϊόντων της Πελοποννήσου. Ακολουθεί η προταθείσα κατανομή:

Τα Κύρια Τουριστικά Προϊόντα της Νότιας και Βορειοανατολικής Πελοποννήσου

- Sun & Beach*
- Ναυτικός Τουρισμός (yachting)*
- Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)
- Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός*
- City Break
- MICE

Τα Συμπληρωματικά Τουριστικά Προϊόντα της Νότιας και Βορειοανατολικής Πελοποννήσου

- Αγροτουρισμός*
- Οικοτουρισμός*
- Αθλητικός Τουρισμός*
- Γαστρονομικός Τουρισμός*
- Τουρισμός Ευεξίας

Η ανωτέρω καταγραφή και προτεραιοποίηση των επιμέρους προϊόντων λήφθηκε υπ' όψιν κατά το σχεδιασμό του παρόντος Προγράμματος, αλλά δεν πρέπει να αγνοείται και κατά την υλοποίηση των επιμέρους δράσεων που αυτό περιλαμβάνει.

5.2. Οι αγορές στόχευσης

Βάσει των χαρακτηριστικών του προορισμού, καθώς και των συμπερασμάτων που προέκυψαν από τα επιμέρους στοιχεία όπως οι εξελίξεις στην παγκόσμια αγορά τουρισμού, στο εθνικό τουριστικό προϊόν και στους ανταγωνιστικούς προορισμούς εκτιμάται ότι ο προορισμός θα πρέπει να εστιάσει στην εξής ιεράρχηση και στόχευση αγορών:

Αγορές υψηλής προτεραιότητας

- Εσωτερική αγορά
- Γερμανία (εδραιωμένη)
- Η.Π.Α. (εδραιωμένη)
- Γαλλία (εδραιωμένη)
- Ηνωμένο Βασίλειο (εδραιωμένη)
- Καναδάς (αναπτυσσόμενη)
- Ιταλία (αναπτυσσόμενη)
- Ελβετία (αναπτυσσόμενη)
- Ολλανδία (αναπτυσσόμενη)
- Αυστρία (αναπτυσσόμενη)
- Βέλγιο (αναπτυσσόμενη)
- Πολωνία (αναπτυσσόμενη)
- Σκανδιναβία (αναπτυσσόμενη)

Οι αγορές υψηλής προτεραιότητας θα αποτελέσουν το επίκεντρο όλων των ενεργειών προβολής της Διεύθυνσης Τουρισμού, επί τη βάση μεταξύ άλλων και των ΚΡΙ's που η Διεύθυνση συνέλεξε κατά την υλοποίηση ψηφιακής προβολής το έτος 2022.

Αγορές μεσαίας προτεραιότητας – Πιλοτικές ενέργειες

Λαμβάνοντας υπ' όψιν το Media Planning του Ε.Ο.Τ. και τις εξελίξεις αναφορικά με τους ταξιδιωτικούς περιορισμούς για υγειονομικούς λόγους, η Διεύθυνση προτίθεται να εντάξει στο Digital Media Plan που θα εφαρμόσει και άλλες μεγάλες, αλλά μακρινές, αγορές (Long Haul). Οι ενέργειες θα έχουν πιλοτικό χαρακτήρα εισόδου. Οι αγορές αυτές είναι οι κάτωθι:

- Σαουδική Αραβία
- Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα
- Νότια Κορέα

6. Σχεδιασμός Προγράμματος Τουριστικής Προβολής 2022

6.1. Γενικοί Στόχοι

Το παρόν Πρόγραμμα αποπειράται την προώθηση κάποιων στόχων, οι οποίοι διαχρονικά αποτελούν προτεραιότητα. Εν προκειμένω, θεωρείται απαραίτητη η ακόλουθη περιφραστική αποτύπωση των στόχων αυτών, και όχι μόνο η περιγραφή τους στο πλαίσιο ανάλυσης/κατανομής των χρηματικών πόρων, καθώς κάποιοι εξ αυτών:

- Χρηματοδοτούνται από πόρους μη υπαγόμενους στη διαχειριστική αρμοδιότητα της Διεύθυνσης Τουρισμού.
- Απαιτούν την διεκπεραίωση προπαρασκευαστικών ενεργειών, και δεν είναι διοικητικά «ώριμοι».
- κ.ά..

Ενδεικτικά, οι κύριοι στόχοι είναι οι εξής:

- Εγκατάσταση, Παρακολούθηση και εσωτερική επικοινωνία του DMS.

Το έργο εισέρχεται στην τελευταία του φάση με την ολοκλήρωση της Σύμβασης για την προμήθεια και εγκατάσταση της πλατφόρμας. Η Διεύθυνση Τουρισμού, ως δικαιούχος σχετικού Υποέργου έχει την αρμοδιότητα της εσωτερικής επικοινωνίας, ενώ σε συνεργασία με τη Διεύθυνση Αναπτυξιακού Προγραμματισμού και την «Πελοπόννησος Α.Ε. Α.Ο.Τ.Α.» θα συνδράμει στην παρακολούθηση και στην βέλτιστη υλοποίηση του έργου.

- Προϊοντική ανάπτυξη του Γαστρονομικού περιεχομένου του προορισμού.

Ενδεικτικές δράσεις οι οποίες συνδέονται με το παρόν είναι η ίδρυση και ανάπτυξη του γαστρονομικού φεστιβάλ “Peloponnese Food Stories” και η εκκίνηση της διαδικασίας για τον χαρακτηρισμό της Πελοποννήσου ως “Γαστρονομική Περιφέρεια της Ευρώπης”.

- Προϊοντική ανάπτυξη του υπαίθριου τουρισμού του προορισμού.

Ενδεικτικές δράσεις είναι η δημιουργία βάσης δεδομένων, η αξιολόγηση υφιστάμενης κατάστασης και

η υλοποίηση τεχνικού έργου αποκατάστασης περιπατητικών μονοπατιών, καθώς και η υποβολή πρότασης για τη φιλοξενία της διοργάνωσης “Adventure Week” στην Περιφέρεια Πελοποννήσου.

- Εδραίωση και ανάπτυξη του Φεστιβάλ Γαστρονομίας Πελοποννήσου “Peloponnese Food Stories” σε συνεργασία με τοπικούς φορείς.

Η υλοποίηση του Φεστιβάλ κατά το 2022 αποτελεί επαρκή βάση για την επανάληψη, βελτίωση και ανάπτυξη του Φεστιβάλ.

Βασικοί άξονες σχεδιασμού του Φεστιβάλ αποτελούν η συνεργασία με τοπικούς φορείς, συνυπολογίζοντας το πλαίσιο της αναπτυξιακής στρατηγικής του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού και του Οργανισμού Διαχείρισης και Ανάπτυξης Αρχαιολογικών Χώρων (ΟΔΑΠ), και την ήδη υπάρχουσα σχετική δραστηριότητα.

- Υλοποίηση δύο καμπανιών σε ετήσια βάση.

Κατά την προηγούμενη κύρια τουριστική περίοδο είχαμε τη θετική εμπειρία με την καμπάνια «Peloponnese Beyond Time, Greece Beyond the Obvious», η οποία όχι μόνο λειτούργησε σε επικοινωνιακό επίπεδο αλλά πέτυχε και αξιόλογες ψηφιακές επιδόσεις σε πλήθος αντικειμενικών δεικτών αξιολόγησης. Κατά την τρέχουσα χρονική περίοδο θα εκκινήσει η καμπάνια “I just can’t get enough of Peloponnese. Greece Beyond the Obvious”, η οποία θα επεκταθεί και στο 2023. Τέλος, σχεδιάζεται και η υλοποίηση follow up καμπάνιας την περίοδο Ιουνίου – Οκτωβρίου, με στόχο την μεγιστοποίηση του διαφημιστικού οφέλους το οποίο θα προκύψει από την TBEX Peloponnese 2023.

- Ενίσχυση των ψηφιακών καναλιών τουριστικής επικοινωνίας ιδιοκτησίας της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

Η Διεύθυνση Τουρισμού ήδη, κατά το 2021, πέτυχε σε μεγάλο βαθμό την οργάνωση και βελτίωση των οικείων ψηφιακών καναλιών τουριστικής επικοινωνίας. Το 2022 υλοποιήθηκε always on καμπάνια μέσω newsletter και Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης. Πέραν της διατήρησης της λειτουργίας των ανωτέρω αναφερομένων θα αναπτυχθεί επιπλέον dedicated travel blog.

- Ενίσχυση του χαρτοφυλακίου υλικού προβολής

Η Διεύθυνση Τουρισμού ήδη, κατά το 2022, προέβην στην παραγωγή οπτικοακουστικού, φωτογραφικού και κειμενικού περιεχομένου προβολής για διάφορες χρήσεις και κανάλια επικοινωνίας. Το παρόν δεν

αφορά σε υλικό καμπάνιας αλλά σε υλικό με περισσότερο στρατηγικό χαρακτήρα και ευελιξία ως προς χρήση και την επεξεργασία. Άλλωστε, ήδη η Διεύθυνση εκκίνησε και διαρκώς ενισχύει ένα χαρτοφυλάκιο πρωτογενούς μη επεξεργασμένου υλικού.

6.2. Επικοινωνιακό Positioning

Η ανάδειξη της Πελοποννήσου σε κορυφαίο, ελκυστικό, πολυδιάστατο τουριστικό προορισμό, με πολυποίκιλη ενδοχώρα, που προσφέρει ασφάλεια, οικειότητα, ποιοτικές υπηρεσίες και ευζωία, αυθεντικές και εξατομικευμένες εμπειρίες θεματικού τουρισμού, καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Ο άνθρωπος βρίσκεται στο επίκεντρο. Όλα αυτά που θέλει είναι η Πελοπόννησος γιατί η Πελοπόννησος είναι η αυθεντική, μη προφανής εκδοχή της Ελλάδας.

6.3. Επικοινωνιακοί Στόχοι

Η τοποθέτηση της Πελοποννήσου ως ενός ιδιαίτερου και διαφορετικού («όμως ίδιου») top of mind βιώσιμου ελληνικού προορισμού, που προσφέρει αυθεντικές και μοναδικές εξατομικευμένες εμπειρίες, παρέχοντας υψηλού επιπέδου υπηρεσίες φιλοξενίας, καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, με υπευθυνότητα ως προς την ασφάλεια και σεβασμό στο περιβάλλον.

6.4. Γενικοί Στόχοι Marketing

Διαφοροποίηση και βελτίωση ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος. Συνέχιση προώθησης θεματικών-εναλλακτικών μορφών τουρισμού προβάλλοντας ειδικότερα το προσφερόμενο προϊόν που προσφέρεται για περαιτέρω ανάπτυξη (βλ. ανωτέρω αναπτυξιακές προτεραιότητες):

- Ενίσχυση του Brand Awareness του προορισμού «Πελοπόννησος» και εδραίωσή του ως αυθεντικού και βιώσιμου top of mind τουριστικού προορισμού
- Διεύρυνση της τουριστικής περιόδου, μέσω της προβολής και προώθησης θεματικών μορφών τουρισμού κατά τη χρονική περίοδο Νοεμβρίου - Απριλίου
- Αύξηση ικανοποίησης του επισκέπτη μέσω της ανάδειξης αυθεντικών, εξατομικευμένων εμπειριών

6.5. Ειδικοί Στόχοι Marketing

- Ενίσχυση του Brand Awareness, αξιοποιώντας όλα τα στοιχεία που δίνουν στον τόπο συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με τον ανταγωνισμό

- Ενίσχυση προβολής που συνδέει συγκεκριμένες περιοχές με συγκεκριμένα επί μέρους τουριστικά προϊόντα και ευρείας αναγνωρισιμότητας Sub Brands και τοπόσημα
- Τόνωση του εγχώριου τουρισμού
- Αξιοποίηση κάθε δυνατότητας για adhoc στόχευση, ανάλογα με τις συνθήκες στις επιμέρους αγορές και τη δυνατότητα πραγματοποίησης ταξιδίων προς Ελλάδα, μέσω ψηφιακής διαφήμισης και συνδιαφήμισης με αεροπορικές εταιρείες, λαμβάνοντας υπ' όψιν το Media Planning του Ε.Ο.Τ.
- Επιδίωξη καλύτερων επιδόσεων ανάκαμψης σε σχέση με τον εγχώριο ανταγωνισμό και τον ανταγωνισμό του εξωτερικού (competitive set)
- Βελτίωση των υφιστάμενων και νέων ψηφιακών καναλιών επικοινωνίας (digital assets)

7. Δράσεις Προβολής 2022

Κρίσιμη γνώση για τον αναγνώστη του παρόντος αποτελεί ότι οι σχεδιαζόμενες ενέργειες για την τουριστική προβολή του προορισμού χωρίζονται σε τρεις (3) κατηγορίες, με κριτήρια την πηγή χρηματοδότησης και το χρονοδιάγραμμα υλοποίησης:

- Τα υλοποιούμενα υποέργα της ήδη εγκεκριμένης πράξης «Δημιουργία και Διαχείριση Συστήματος Διαχείρισης Προορισμού (DMS)» (με δικαιούχους τη Διεύθυνση Τουρισμού και την «Πελοπόννησος Α.Ε. Α.Ο.Τ.Α.»).
- Τα υλοποιούμενα υποέργα της ήδη εγκεκριμένης πράξης «ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ» (με δικαιούχο την «Πελοπόννησος Α.Ε. Α.Ο.Τ.Α.») τα οποία εκκίνησαν εντός του 2022 και συνεχίζουν και στο 2023.
- Το παρόν υπό έγκριση Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής 2023.

7.1. ΔΡΑΣΗ 1: Εκθέσεις Τουρισμού και Αγροδιατροφής Φυσικές, Ψηφιακές ή Υβριδικές

Εκθέσεις Τουρισμού

Ο σχεδιασμός για τις εκθέσεις τουρισμού αποτελεί ένα μείγμα των απολύτως απαραίτητων εκθέσεων γενικού τουρισμού και εκθέσεων οι οποίες αφορούν στον Οικοτουρισμό ή Τουρισμό Υπαίθρου και συμπεριλαμβάνει τις περιπτώσεις συμμετοχής της Περιφέρειας Πελοποννήσου ως συνεκθέτη του Ε.Ο.Τ.. Ενδεικτικά, ο σχεδιασμός περιλαμβάνει τις ακόλουθες εκθέσεις:

- IMTM, Τελ Αβίβ, 14-15 Φεβρουαρίου 2023

Η International Mediterranean Tourism Market (IMTM), αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες ετήσιες διεθνείς επαγγελματικές τουριστικές εκθέσεις και είναι σημαντική στην προώθηση του εισερχόμενου, εγχώριου και εξερχόμενου τουρισμού καθώς και στην ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ τουριστικών φορέων στο Ισραήλ με τους προορισμούς. Στην έκθεση συμμετέχουν περισσότεροι από 300 εκθέτες του Ισραήλ και το σύνολο σχεδόν των επαγγελματιών της αγοράς. Λόγω της μοναδικότητας της στην ευρύτερη περιοχή, η διεθνής τουριστική έκθεση IMTM παρέχει στους επαγγελματίες του τουρισμού μια ευκαιρία να συναντηθούν με συναδέλφους, αγοραστές και προμηθευτές από τη συγκεκριμένη αγορά. Η διεθνής τουριστική έκθεση IMTM προσδίδει έμφαση και σε αρκετές εναλλακτικές δραστηριότητες, όπως οικολογικός τουρισμός, ευεξίας, πολιτιστικός τουρισμός, city break.

➤ ITB, Βερολίνο, 7 – 9 Μαρτίου 2023

Η Διεθνής Τουριστική Έκθεση του Βερολίνου (ITB) παρουσιάζει ολόκληρο τον τομέα του ταξιδιού: Χώρες, προορισμοί, διοργανωτές, συστήματα κρατήσεων, μεταφορείς, ξενοδοχεία και όλους εκείνους που θέλουν να προσφέρουν στους πελάτες τους ευχάριστες στιγμές στις διακοπές τους. Σε μια όλο και πιο παγκοσμιοποιημένη οικονομία, τα επαγγελματικά ταξίδια έχουν καταλάβει σημαντική και επικερδή θέση στην ταξιδιωτική βιομηχανία παράλληλα με ταξίδια αναψυχής. Η ITB είναι το ιδανικό μέρος για νέες τάσεις και φιλοσοφίες του κλάδου καθώς και δυνατότητες συνεργασίας. Με σκοπό τη δικτύωση και το κλείσιμο επαγγελματικών συμφωνιών με τους παγκόσμιους «παίκτες» και παράγοντες του τουριστικού κλάδου, η ITB Berlin αποτελεί έναν αξιόπιστο δείκτη της κατάστασης του κλάδου και μία απαραίτητη πλατφόρμα δικτύωσης για μία από τις πιο σημαντικές βιομηχανίες στον κόσμο. Η διεθνής ταξιδιωτική βιομηχανία απέδειξε την αντοχή της στο πρόσωπο της κρίσης των προσφύγων και των γεωπολιτικών κινδύνων, αποδεικνύοντας ότι παραμένει η δυναμικά αναπτυσσόμενη βιομηχανία παρά τις δύσκολες παγκόσμιες συνθήκες.

➤ Randonneur, Λυών, 24 - 26 Μαρτίου 2023

Η έκθεση Randonnee πραγματοποιείται τα τελευταία 13 χρόνια στην πόλη Λυών της Γαλλίας. Πρόκειται για την πιο εξειδικευμένη έκθεση πεζοπορικού τουρισμού στη Ευρώπη και προσελκύει πεζοπόρους από τη Γαλλία και την Ελβετία.

➤ Salon Des Vacances, Βρυξέλλες, 24 – 27 Μαρτίου 2022

Η Διεθνής Έκθεση «Salon des Vacances», πραγματοποιείται στο εκθεσιακό κέντρο Βρυξελών (BRUSSELS EXPO) σε ένα χώρο 33.000 τετραγωνικών μέτρων. Η έκθεση αποτελεί το μεγαλύτερο τουριστικό γεγονός του Βελγίου με τους επισκέπτες να ξεπερνούν τις 105.000 εκ των οποίων το 72,2% με μεσαία και υψηλά εισοδήματα. Πέραν του κοινού την έκθεση επισκέπτονται 700 επαγγελματίες τουρισμού καθώς και 140 εξειδικευμένοι τουριστικοί συντάκτες. Επιπροσθέτως, οι 350 περίπου εκθέτες της Salon des Vacances προέρχονται πάνω από 800 προορισμούς.

➤ Sea Tourism Forum, Θεσσαλονίκη, 25-26 Απριλίου 2023

Το Posidonia Sea Tourism Forum διοργανώνεται από το 2011 κάθε δύο χρόνια και είναι ένα διήμερο Συνέδριο και Έκθεση που εστιάζει στο θαλάσσιο τουρισμό και στην βιομηχανία της κρουαζιέρας, και συγκεντρώνει ηγετικά στελέχη από τις μεγαλύτερες εταιρείες κρουαζιέρας, όπως οι Carnival Group, Royal Caribbean Cruises, Holland America Cruises, Silversea Cruises, Celestyal Cruises κα, προκειμένου να εξετάσουν τρόπους ανάπτυξης του Θαλάσσιου Τουρισμού στην Ανατολική Μεσόγειο και ειδικότερα στην Ελλάδα, γεγονός που θα ενισχύσει σημαντικά το σύνολο του τουριστικού κλάδου και

τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε αυτόν, άμεσα ή έμμεσα.

➤ Arabian Travel Market, Ντουμπάι, 01-04 Μαΐου 2023

Η Arabian Travel Market είναι μια από τις κορυφαίες διεθνείς Εκθέσεις τουρισμού, μέσω της οποίας ανοίγονται νέες επιχειρηματικές δυνατότητες στη Μέση Ανατολή για επαγγελματίες του εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού. Επαγγελματίες του Τουρισμού από όλο τον κόσμο συναντιούνται στο Ντουμπάι, παρουσιάζοντας τον Προορισμό τους, με τα αξιοθέατα και τις υπηρεσίες τους μαζί με τα μεγαλύτερα brands στον χώρο της φιλοξενίας (Ξενοδοχεία, Αεροπορικές εταιρείες κ.λπ.). Κάθε χρόνο παρουσιάζεται μια συγκεκριμένη θεματική, καθοριστική για την κατεύθυνση που θα ακολουθήσει ο τουριστικός κλάδος. Το κύριο θέμα για το 2023 θα είναι «Working Towards Net Zero», όπου θα διερευνηθεί ο τρόπος με τον οποίο θα εξελιχθούν οι καινοτόμες τάσεις βιώσιμων ταξιδιών και θα εντοπιστούν στρατηγικές ανάπτυξης σε συγκεκριμένους βασικούς τομείς.

➤ SITIF, Σεούλ, Ιούνιος 2023

Η Διεθνής Έκθεση Τουριστικής Βιομηχανίας της Σεούλ είναι η μεγαλύτερη ολοκληρωμένη τουριστική έκθεση. Οι χώρες που συμμετέχουν προβάλλουν πτυχές του τουρισμού, των ταξιδιών και του πολιτισμού τους με ποικίλο περιεχόμενο. Είναι η μόνη διεθνής ολοκληρωμένη τουριστική έκθεση στην Κορέα που συμμετέχει άμεσα και χρηματοδοτείται από εγχώριους και ξένους αναγνωρισμένους τουριστικούς οργανισμούς.

➤ Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης (ΔΕΘ), Θεσσαλονίκη, 9 – 17 Σεπτεμβρίου 2023

Πρόκειται για την κορυφαία εμπορική έκθεση της χώρας και για μία από τις σημαντικότερες εκθέσεις στην ευρύτερη περιοχή των Βαλκανίων. Λαμβάνει χώρα στο Διεθνές Εκθεσιακό Κέντρο Θεσσαλονίκης έκτασης 180.000 τ.μ. και στεγάζει μεγάλο αριθμό εκθετών από την Ελλάδα και το εξωτερικό. Παρουσιάζει τεράστια ποικιλία ελληνικών και ξένων παραδοσιακών και σύγχρονων προϊόντων και υπηρεσιών και φιλοξενεί τις πλέον ενδιαφέρουσες αγορές-κράτη της παγκόσμιας οικονομίας μέσω του θεσμού της Τιμώμενης Χώρας. Συγκεντρώνει κορυφαία brands της εγχώριας και διεθνούς κοινότητας και ταυτόχρονα διοργανώνει πλήθος σημαντικών παράλληλων εκδηλώσεων, ειδικού και γενικού ενδιαφέροντος. Στόχος της είναι η ανάπτυξη και σύσφιξη των οικονομικών και φιλικών δεσμών μεταξύ των λαών, η προβολή και η στήριξη της Ελληνικής παραγωγής και μεταποίησης, καθώς και η προβολή του ελληνικού τουρισμού.

➤ TourNatur, Ντίσελντροφ, 25 Αυγούστου - 3 Σεπτεμβρίου 2023

Η Διεθνής Έκθεση Περιπατητικού Τουρισμού (TourNatur) είναι η μοναδική έκθεση εναλλακτικών

μορφών τουρισμού στην Ευρώπη και δέχεται πλήθος επισκεπτών, οι οποίοι μέσα από αυτή επιλέγουν τον επόμενο ταξιδιωτικό τους προορισμό. Αξίζει να αναφερθεί ότι κάθε χρόνο πάνω από το 95% των επισκεπτών τη συνιστούν σε άλλους και πάνω από 90% των εκθετών μένουν ικανοποιημένοι από τα αποτελέσματα. Κάθε χρόνο οι επισκέπτες της ξεπερνούν τους 50.000. Η TourNatur συνεργάζεται με το Γερμανικό Οργανισμό Περιηγητικού Τουρισμού και μέσω αυτού η Περιφέρεια Πελοποννήσου θα παρουσιάσει τα δίκτυα μονοπατιών της, τον τρόπο μετάβασης και τις δραστηριότητες που μπορεί να κάνει ο επισκέπτης.

➤ Philoxenia, Θεσσαλονίκη, Νοέμβριος 2023

Η Έκθεση Τουρισμού Philoxenia από την πρώτη της διοργάνωση το 1985, μέχρι σήμερα, σκιαγραφεί το προφίλ του τουριστικού επιχειρείν στη χώρα διατηρώντας το ισχυρό της brand name. Διοργανώνεται ετησίως κάθε Νοέμβριο και αποτελεί το κομβικό σημείο συνάντησης του τουριστικού κλάδου, στο Διεθνές Εκθεσιακό & Συνεδριακό Κέντρο της Θεσσαλονίκης. Η Philoxenia προσαρμόζεται στα νέα δεδομένα της τουριστικής αγοράς, συντονίζεται με τις ανάγκες του επαγγελματία και τις επιθυμίες του ταξιδιώτη, ενώ συμβάλει στην ανάδειξη προορισμών και υψηλού επιπέδου υπηρεσιών.

➤ WTM, Λονδίνο, Νοέμβριος 2023

Η WTM αποτελεί κορυφαίο παγκόσμιο γεγονός για την ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία, αφού είναι μία από τις εκθέσεις που συγκεντρώνει κάθε χρόνο τα βλέμματα και το ενδιαφέρον του συνόλου της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας. Προσφέρει το κατάλληλο πλαίσιο για επαγγελματικές συναντήσεις με Buyers και για Networking. Η παρουσία της Περιφέρειας Πελοποννήσου κρίνεται απαραίτητη με στόχο την διεξαγωγή στοχευόμενων σε πωλήσεις B2B συναντήσεων με δυνητικούς πελάτες από όλο τον κόσμο.

Εκθέσεις Αγροδιατροφής

Η συνδυασμένη παρουσία της Περιφέρειας Πελοποννήσου και των οικείων Επιμελητηρίων στις εκθέσεις αγροδιατροφικού περιεχομένου, αφενός συνδράμει στην προβολή, προώθηση και εμπορική διασύνδεση των Πελοποννησιακών προϊόντων, αφετέρου προσφέρει ευκαιρίες οι οποίες σχετίζονται με τη Γαστρονομία και το αντίστοιχο τουριστικό προϊόν. Ενδεικτικά, ο σχεδιασμός περιλαμβάνει τις ακόλουθες εκθέσεις:

➤ FruitLogistica 2023, Βερολίνο 8 - 10 Φεβρουαρίου 2023

Η FRUIT LOGISTICA καλύπτει κάθε τομέα της επιχείρησης φρέσκων προϊόντων και παρέχει μια πλήρη

εικόνα των τελευταίων καινοτομιών, προϊόντων και υπηρεσιών σε κάθε κομμάτι της αλυσίδας εφοδιασμού. Προσφέρει έτσι εξαιρετικές δυνατότητες δικτύωσης και επαφής με τους βασικούς φορείς λήψης αποφάσεων σε κάθε τομέα της βιομηχανίας.

Εκθέτες από 87 χώρες και εμπορικοί επισκέπτες παρακολουθούν την FRUIT LOGISTICA κάθε χρόνο για να αξιοποιήσουν πλήρως τις επιχειρηματικές τους δυνατότητες στο διεθνές εμπόριο φρέσκων προϊόντων – και να γράψουν τη δική τους ιστορία επιτυχίας!

Το Βερολίνο μετατρέπεται σε πρωτεύουσα της παγκόσμιας βιομηχανίας φρέσκων φρούτων για τρεις ημέρες. Ο σκοπός της έκθεσής και των εκθετών δεν περιορίζεται μόνο στην εμπορική παρουσίαση των προϊόντων τους. Οι εκθέτες μεταβιβάζουν τις γνώσεις τους στο ενδιαφερόμενο κοινό, μοιράζονται τα προϊόντα τους και τα μυστικά τους ενώ παράλληλα συλλέγουν στοιχεία για τις ανάγκες και προτιμήσεις της αγοράς.

➤ Prowein, Ντίσελντορφ, 19 - 21 Μαρτίου 2023

Η Διεθνής Έκθεση PROWEIN – International Trade Fair Wines and Spirits αποτελεί τη μεγαλύτερη διεθνή έκθεση για τον κλάδο του οίνου και των αλκοολούχων ποτών. Όλο και περισσότεροι επαγγελματίες και αγοραστές του κλάδου επισκέπτονται την έκθεση, χρησιμοποιώντας την ως εργαλείο αναζήτησης συνεργατών από τη διεθνή αγορά οίνου και αλκοολούχων ποτών. Η Πελοπόννησος βρίσκεται στην 1η θέση της Ελλάδας όσον αφορά την παραγωγή κρασιού. Καταλαμβάνει το 30% της έκτασης των αμπελιών στον οινικό χάρτη της Ελλάδας, ενώ η δυναμική του πελοποννησιακού αμπελώνα αποτυπώνεται εύγλωττα, εκτός από την στρεμματική του υπεροχή και στην ποικιλιακή του σύνθεση, καθώς το 25,74% όλων των Οίνων ΠΟΠ της χώρας παράγεται στην Πελοπόννησο. Αξίζει να σημειωθεί ότι τα οινοποιεία της Πελοποννήσου ξεπερνούν τα 50 σχηματίζοντας έτσι ένα σπουδαίο εξαγωγικό προϊόν, το οποίο έχει εντάξει η Περιφέρεια Πελοποννήσου στον σχεδιασμό της, για την ουσιαστική και διακριτή στήριξη των οινοποιών όλης της περιοχής.

➤ FOOD Expo, Αθήνα, 18 - 20 Μαρτίου 2023

Η Έκθεση «FOOD EXPO» κατάφερε να ανέλθει στην κορυφή των εκθέσεων για τον κλάδο των Τροφίμων και των Ποτών στην Ελλάδα αλλά και να αποτελέσει μία από τις σημαντικότερες και πιο επιδραστικές στην ευρύτερη περιοχή της Νοτιοανατολικής Ευρώπης. Με στρατηγικές κινήσεις κατάφερε σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα να αποκτήσει διεθνή εμβέλεια, συμβάλλοντας σημαντικά στην ενίσχυση των εξαγωγικών δραστηριοτήτων των ελληνικών επιχειρήσεων και κατ' επέκταση στην τόνωση της ελληνικής οικονομίας. Προσελκύοντας εκθέτες αλλά και αγοραστές από περισσότερες από 80 χώρες, μετατρέπει το Metropolitan Expo, όπου πραγματοποιείται, σε ένα πολυπολιτισμικό εμπορικό φόρουμ. Ενδεικτικά, στην διοργάνωση του 2019 οι διεθνείς επισκέπτες ήταν περισσότεροι από 3.500, ενώ οι

ξένοι εκθέτες ήταν 250 από 33 διαφορετικές χώρες. Παράλληλα, σύμφωνα με τις πρώτες εκτιμήσεις σχετικά με την επόμενη διοργάνωση, το 2020, αναμένεται να επισκεφτούν την έκθεση 5.000 διεθνείς επισκέπτες από 85 χώρες και να συμμετάσχουν 300 ξένοι εκθέτες από 38 χώρες.

➤ ALIMENTARIA, Βαρκελώνη, 1 – 4 Απριλίου 2023

Η Alimentaria Barcelona είναι η Διεθνής έκθεση -ορόσημο για όλους τους επαγγελματίες του κλάδου τροφίμων, ποτών και υπηρεσιών εστίασης. Το ολοκληρωμένο εκθεσιακό πρόγραμμα της Alimentaria στελεχώνεται από αξίες όπως: διεθνοποίηση, καινοτομία, γαστρονομία και εξειδίκευση στον τομέα.

Η ALIMENTARIA διαδραματίζει υψηλό ρόλο στις εμπορικές συναλλαγές των χωρών της Βόρειας Αφρικής, λόγω της γεωγραφικής θέσης της Ισπανίας, αλλά και των χωρών της Λατινικής Αμερικής (13% των επισκεπτών), οι οποίες λειτουργούν ως δίαυλος επικοινωνίας και ως κανάλι διανομής από και προς την Ισπανία, αφού η τελευταία θεωρεί την Λατινική Αμερική φυσική της προέκταση.

Η συμμαχία δύο εμπορικών εκθέσεων, της Alimentaria και της Hostelco, τις οδήγησε στην κορυφή, καθιστώντας την Alimentaria Barcelona ως την μεγαλύτερη διεθνή πλατφόρμα για τις βιομηχανίες τροφίμων, γαστρονομίας και εξοπλισμού εστίασης.

Η Alimentaria προβλέπει τάσεις και προβλέπει επιχειρηματικές ευκαιρίες. Παρουσιάζει μια νέα υπηρεσία, το Alimentaria Trends, η οποία θα συγκεντρώνει στον ίδιο χώρο περιοχές αφιερωμένες αποκλειστικά σε delicatessen, βιολογικά, λειτουργικά, halal και τροφές χωρίς αλλεργιογόνα και άλλα συστατικά.

➤ Anuga, Κολωνία, 7 - 11 Οκτωβρίου 2023

Η Διεθνής Έκθεση SIAL πραγματοποιείται στο Εκθεσιακό Πάρκο PARIS NORD VILLEPINTE στο Παρίσι. Αποτελεί μια από τις σπουδαιότερες Διεθνείς Εκθέσεις Τροφίμων – Ποτών στον κόσμο και διοργανώνεται κάθε δύο χρόνια. Η διοργάνωση του 2018 σημείωσε ρεκόρ εμπορικών επισκεπτών με πάνω από 310.000 επισκέπτες από 200 χώρες και με 7.200 εκθέτες από 119 χώρες. Η έκθεση καλύφθηκε από περισσότερους από 1.500 δημοσιογράφους και δημοσιεύτηκαν 6.500 και άνω άρθρα. Ο θεσμός SIAL Innovation κερδίζει συνεχώς έδαφος με 2.355 προϊόντα εγγεγραμμένα το 2018 και με 15 Διεθνή βραβεία Sial Innovation προωθώντας τις σύγχρονες τάσεις και τις καινοτομίες των προϊόντων που διαγωνίζονται. Η Sial Paris αποτελεί έκθεση – θεσμό και είναι το σημείο συνάντησης εμπόρων λιανικής και χονδρικής, παραγωγών, εισαγωγέων και decision makers απ' όλον τον κόσμο.

Συνολική εκτιμώμενη δαπάνη 300.000,00 ευρώ (συ/νου ΦΠΑ)

7.2. ΔΡΑΣΗ 2: Διαφήμιση με Ψηφιακά και Παραδοσιακά Μέσα

Η Δράση αυτή περιλαμβάνει τις δαπάνες για διαφήμιση τόσο σε ψηφιακά όσο και σε παραδοσιακά μέσα. Βεβαίως, όπως συνέβη και κατά το 2022, αποτελεί στόχο η ενίσχυση της ψηφιακής προβολής του προορισμού καθώς, όπως έχει ήδη εκτενώσ αναλυθεί, τα ψηφιακά κανάλια προβολής είναι πιο αποτελεσματικά εν γένει, αλλά και ειδικότερα στις αγορές στόχευσης της Πελοποννήσου (freelancers κλπ.). Άλλωστε ο προορισμός της Πελοποννήσου υπολείπεται σε μείζονα βαθμό, αναφορικά με την ψηφιακή προβολή, σε σχέση τόσο με τους μέσους δείκτες της παγκόσμιας αγοράς, όσο και με την παρουσία των ανταγωνιστικών προορισμών. Ειδικότερα περιλαμβάνονται οι εξής διαφημιστικές δαπάνες:

- Ενίσχυσης των οργανικών αναρτήσεων σε λογαριασμούς Social Media της Διεύθυνσης Τουρισμού
- Ψηφιακής (Programmatic), τηλεοπτικής και ραδιοφωνικής για τις καμπάνιες
- Native δημοσιεύσεων σε έντυπα και ψηφιακά μέσα (περιοδικά, εφημερίδες, portals κ.ά.)
- Πρώθησης και προβολής του προορισμού μέσω των καναλιών επικοινωνίας των αεροπορικών εταιρειών.

Οι δαπάνες αυτές καλύπτονται εν μέρει (αρχές 2023) από τα Υποέργα 4 και 5 της ήδη εγκεκριμένης πράξης «ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ» (με δικαιούχο την «Πελοπόννησος Α.Ε. Α.Ο.Τ.Α.») και στη συνέχεια από πόρους του Προγράμματος Ανάπτυξης.

Συνολική εκτιμώμενη δαπάνη 140.000,00 ευρώ (συ/νου ΦΠΑ)

7.3. ΔΡΑΣΗ 3: Ψηφιακά Κανάλια

Η παρούσα Δράση αφορά στις ενέργειες για την αναβάθμιση και διαχείριση των ψηφιακών καναλιών τουριστικής επικοινωνίας ιδιοκτησίας της Περιφέρειας Πελοποννήσου και της Διεύθυνσης Τουρισμού. Οι σχεδιαζόμενες ενέργειες είναι οι εξής:

- Λειτουργία του νέου portal (DMS) της Περιφέρειας Πελοποννήσου, τόσο ως εργαλείο συλλογής, επεξεργασίας και διαμοιρασμού δεδομένων, όσο και ως διαδικτυακής πύλης προβολής.
- Αναβάθμιση και διαχείριση των λογαριασμών Social Media (Facebook, Instagram και Youtube).

Στο παρόν περιλαμβάνεται η σύνθεση και διαχείριση αναρτήσεων (και σχολίων), ενταγμένες σε πυλώνες περιεχομένου, όπως ήδη ισχύει, καθώς και η συνδρομή στις επιμέρους καμπάνιες και η παρακολούθηση και αξιολόγηση των σχετικών ΚΡΙ's.

- Καμπάνια Newsletter_η οποία θα έχει διττό χαρακτήρα απευθυνόμενη με παράλληλες ενέργειες σε B2B και σε B2C κοινό (συμπεριλαμβάνοντας διαχείριση της δευτερογενούς επικοινωνίας), θα διαρκέσει καθ' όλο το έτος, και στο πλαίσιο της οποίας θα παρακολουθούνται και αξιολογούνται όλοι οι σχετικοί ΚΡΙ's.
- Ανάπτυξη Dedicated Travel Blog, το οποίο θα λειτουργήσει στο πλαίσιο του DMS και θα αφορά στη σύνταξη και δημοσίευση αρθρογραφίας ταξιδιωτικού περιεχομένου.

Συνολική εκτιμώμενη δαπάνη 80.000,00 ευρώ (συ/νου ΦΠΑ)

7.4. ΔΡΑΣΗ 4: Εκδηλώσεις – Διοργανώσεις - Φεστιβάλ

- Υλοποίηση του Φεστιβάλ Γαστρονομίας Πελοποννήσου “Peloponnese Food Stories” σε συνεργασία με τοπικούς φορείς.

Υλοποίηση του Φεστιβάλ στο πρότυπο της υλοποίησης για το έτος 2022 και πιλοτική εφαρμογή δημιουργίας Cluster γαστρονομίας για την ανάπτυξη διαδρομής γαστρονομικού περιεχομένου.

- Υλοποίηση του Διεθνούς Συνεδρίου Travel Bloggers και Online Content Creators TBEX στην Περιφέρεια Πελοποννήσου τον Μάιο του 2023. Η διοργάνωση περιλαμβάνει τέσσερις φάσεις:
 - Φάση εισαγωγής: Έχει ήδη υλοποιηθεί Fam Trip στις ΠΕ Αργολίδας και Κορινθίας και Press Conference στο Ναύπλιο.
 - Pre Bex Tours: Μονοήμερες εκδρομές περίπου 200 συνέδρων στις ΠΕ Μεσσηνίας, Λακωνίας, Αρκαδίας και στην ΠΕ Ηλείας της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας.
 - Conference: Οι τρεις ημέρες του συνεδρίου το οποίο θα διεξαχθεί στο ξενοδοχείο Grecotel Filoxenia Kalamata με περίπου 400 συμμετέχοντες.
 - Fam Trips: Τριήμερα Fam Trips σε όλη την Πελοπόννησο με τη συμμετοχή περίπου 200 συνέδρων.
- Συνδιοργάνωση λοιπών εκδηλώσεων.

Συνολική εκτιμώμενη δαπάνη 300.000,00 ευρώ (συ/νου ΦΠΑ)

7.5. ΔΡΑΣΗ 5: Παραγωγή Περιεχομένου

Στην παρούσα Δράση περιλαμβάνονται όλες οι ενέργειες για κάθε είδους περιεχόμενο που θα παραχθεί όπως οπτικοακουστικό υλικό, φωτογραφίες, κείμενα και λοιπά επικοινωνιακά υλικά. Το υλικό δεν αφορά στα always on ψηφιακά κανάλια αλλά σε διακριτές καμπάνιες.

Συνολική εκτιμώμενη δαπάνη 140.000,00 ευρώ (συ/νου ΦΠΑ)

7.6. ΔΡΑΣΗ 6: Μελέτες

Στην παρούσα Δράση προβλέπεται η εκπόνηση των απαραίτητων μελετών για την υλοποίηση του Προγράμματος. Ενδεικτικά, προβλέπεται η σύνταξη των κάτωθι μελετών:

- Μελέτη για την υποβολή πρότασης για τον χαρακτηρισμό της Περιφέρειας Πελοποννήσου ως “Γαστρονομική Περιφέρεια της Ευρώπης”.
- Μελέτη για την υποβολή πρότασης για τη φιλοξενία της διοργάνωσης “Adventure Week”.

Συνολική εκτιμώμενη δαπάνη 60.000,00 ευρώ (συ/νου ΦΠΑ)

7.7. Πίνακας Κατανομής

Σύμφωνα με τα ήδη αναλυθέντα η κατανομή των πόρων του υπό έγκριση Προγράμματος Τουριστικής Προβολής 2023 περιγράφεται στον ακόλουθο πίνακα:

A/A	ΔΡΑΣΕΙΣ 2023	ΑΞΙΑ (ευρώ, σ/νου ΦΠΑ)
Δράση 1	Εκθέσεις Τουρισμού και Προϊόντων Φυσικές, Ψηφιακές ή Υβριδικές	Έως 300.000,00
Δράση 2	Διαφήμιση με Ψηφιακά και Παραδοσιακά Μέσα	Έως 140.000,00
Δράση 3	Ψηφιακά Κανάλια	Έως 80.000,00
Δράση 4	Εκδηλώσεις – Διοργανώσεις – Φεστιβάλ	Έως 300.000,00
Δράση 5	Παραγωγή Περιεχομένου	Έως 140.000,00
Δράση 6	Μελέτες	Έως 60.000,00
	<u>ΣΥΝΟΛΟ</u>	<u>Έως 1.020.000,00</u>

8. Κατανομή - Χρηματοδότηση - Εκτέλεση Προϋπολογισμού

Το ύψος της δαπάνης των παραπάνω δράσεων θα διαμορφωθεί ανάλογα με το ύψος των διατιθέμενων πιστώσεων οικονομικού έτους 2023, ενώ οι πόροι προβλέπεται να αντληθούν από το Πρόγραμμα Περιφερειακής Ανάπτυξης σύμφωνα με την «Έγκριση Περιφερειακού Προγράμματος Ανάπτυξης (ΠΠΑ) της Περιφέρειας Πελοποννήσου προγραμματικής περιόδου 2021 - 2025» (ΑΔΑ: 6Ο9Α46ΜΤΛΡ-ΧΕΝ).

Η προτεινόμενη κατανομή του προϋπολογισμού στοχεύει στην ουσιαστική αξιοποίηση των διατιθέμενων πόρων, στην αποφυγή εξάντλησης των κονδυλίων σε ενέργειες χαμηλής αποδοτικότητας και στην απόκτηση ιδιοκτησίας όλων των παραδοτέων που θα παραχθούν. Περιλαμβάνει ενδεικτικές τιμές σχετικά με συγκεκριμένες κατηγορίες δαπανών που υπακούν στις σύγχρονες αντιλήψεις του τουριστικού marketing και των οδηγιών του Ε.Ο.Τ.. Επιτρέπεται η μεταφορά πόρων από δράση σε δράση και η τροποποίηση των δράσεων, όταν αυτό απαιτείται από τις αντικειμενικές συνθήκες, χωρίς επιπλέον απόφαση τροποποίησης του εγκεκριμένου ετήσιου προγράμματος τουριστικής προβολής. Οι προτεινόμενες, στο παρόν Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής, ενέργειες και δράσεις πρόκειται να χρηματοδοτηθούν από το Πρόγραμμα Περιφερειακής Ανάπτυξης σύμφωνα με την «Έγκριση Περιφερειακού Προγράμματος Ανάπτυξης (ΠΠΑ) της Περιφέρειας Πελοποννήσου προγραμματικής περιόδου 2021 - 2025» (ΑΔΑ: 6Ο9Α46ΜΤΛΡ-ΧΕΝ). Η συγκρότηση των αποστολών για συμμετοχή στις τουριστικές εκθέσεις και στις υπόλοιπες δράσεις προβολής, που χρηματοδοτούνται άμεσα ή έμμεσα από τον προϋπολογισμό της Περιφέρειας Πελοποννήσου, γίνεται με απόφαση του Περιφερειάρχη, ύστερα από πρόταση του αρμόδιου τμήματος τουρισμού της έδρας, σύμφωνα με τις οδηγίες του ΕΟΤ περί κατάλληλης εκπροσώπησης.

Όλα τα παραδοτέα (τελικές μακέτες, κείμενα και έντυπα όλων των επιμέρους δράσεων κ.λπ.) που χρηματοδοτούνται άμεσα ή έμμεσα στο πλαίσιο εφαρμογής του παρόντος σχεδίου, ανήκουν σε αυτήν και κατατίθενται στο Τμήμα Τουρισμού της έδρας, σε μορφή κατάλληλη για επεξεργασία και αναπαραγωγή, ώστε να είναι διαθέσιμα για επιπλέον χρήση.

Για την εκτέλεση των επιμέρους δράσεων θα πρέπει να συντάσσονται ακριβείς τεχνικές περιγραφές, οι οποίες θα είναι κοστολογημένες και διασταυρωμένες με τις πραγματικές τιμές της αγοράς. Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δίνεται στην κατάρτιση των συμβατικών υποχρεώσεων για κάθε επιμέρους δράση, με στόχο το βέλτιστο δυνατό αποτέλεσμα, την προώθηση του ανταγωνισμού και την κατοχύρωση των πνευματικών δικαιωμάτων.